



## Psychological Warfare Tactics Utilized on Manoto's Instagram Platform Against the Iranian State in the Fall of 2022

Ali Fooladinia <sup>1</sup> | Hooshang Poordehqan <sup>2</sup> | Yasin Eslamirad <sup>3</sup>

M.A. in Media Management, Payame Noor University, Tehran, Iran (Corresponding Author)

Email: [Fooladinia1390@gmail.com](mailto:Fooladinia1390@gmail.com)

Ph.D. in Strategic Defense Sciences, National Defense University, Tehran, Iran

Email: [Poordeqan72@gmail.com](mailto:Poordeqan72@gmail.com)

M.A. in Regional Studies, Islamic Azad University, Azadshahr, Iran

Email: [YEslamirad88@gmail.com](mailto:YEslamirad88@gmail.com)

### Article Info

#### Article type:

Research Article

#### Article history:

Received

24 nov 2025

Received in revised form

19 dec 2025

Accepted

20 dec 2025

Published online

20 dec 2025

#### Keywords:

Psychological  
Operations; Cognitive  
Warfare; Social Media  
(Instagram); Manoto  
Television Network;  
Public Opinion

### ABSTRACT

The present study aims to analyze the psychological operations tactics employed by the Instagram page of the Manoto satellite television network against the governance of the Islamic Republic of Iran during the social unrest of autumn 2022. This research adopts a descriptive–analytical approach and employs an expert-based qualitative content analysis method. The research corpus consists of content published on Manoto's Instagram page within the specified time frame, from which ten prominent posts were purposefully selected based on view counts and levels of audience engagement. The data were collected and analyzed through the evaluation of these contents by twenty experts in the fields of media studies, public opinion, and psychological operations.

The findings indicate that Manoto's Instagram page strategically deployed a set of psychological operations tactics across strategic, operational, and tactical levels with the aim of exerting cognitive and emotional influence on Iranian public opinion. These tactics primarily focused on emotional provocation, the induction of perceived inefficacy, dehumanization of governmental and security forces, and the intensification of social polarization.

---

The results underscore the necessity of strengthening media ecology analysis, enhancing analytical capabilities in monitoring adversarial media, and adopting proactive media policies to effectively confront cognitive warfare.

---

**Cite this article:** Author, A. A., Author, B. B., & Author, C. C. (year). Article title. *Journal Title*, 56 (1), 1-20.

DOI: [https://www.jcwst.ir/article\\_236559.html](https://www.jcwst.ir/article_236559.html)



**Publisher:** IRI Military Command and Staff University

---



## تاکتیک‌های عملیات روانی صفحه اینستاگرام منوتو علیه حکومت ایران

### در پاییز ۱۴۰۱

علی فولادی نیا<sup>۱</sup> | هوشنگ پوردهقان<sup>۲</sup> | یاسین اسلامی راد<sup>۳</sup>

کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) ایمیل: [Fooladinia1390@gmail.com](mailto:Fooladinia1390@gmail.com)  
دکتری علوم دفاعی راهبردی، دانشگاه دفاع ملی، تهران، ایران، ایمیل: [Poordeqan72@gmail.com](mailto:Poordeqan72@gmail.com)  
کارشناسی ارشد مطالعات منطقه‌ای، دانشگاه آزاد اسلامی، آزادشهر، ایران، ایمیل: [YEsIamirad88@gmail.com](mailto:YEsIamirad88@gmail.com)

### اطلاعات مقاله چکیده

هدف پژوهش حاضر، تحلیل تاکتیک‌های عملیات روانی به‌کاررفته توسط صفحه اینستاگرام شبکه ماهواره‌ای منوتو علیه حاکمیت جمهوری اسلامی ایران در جریان ناآرامی‌های اجتماعی پاییز ۱۴۰۱ است.

این پژوهش با رویکردی توصیفی-تحلیلی و با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی خبرگانی انجام شده است. جامعه پژوهش شامل محتوای منتشر شده در صفحه اینستاگرام منوتو در بازه زمانی مورد نظر است که از میان آن‌ها، ۱۰ محتوای شاخص بر اساس میزان بازدید و واکنش کاربران به‌صورت هدفمند انتخاب شد. داده‌ها از طریق ارزیابی این محتواها توسط ۲۰ نفر از کارشناسان حوزه رسانه، افکار عمومی و عملیات روانی گردآوری و تحلیل گردید.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که صفحه اینستاگرام منوتو با بهره‌گیری از مجموعه‌ای از تاکتیک‌های عملیات روانی در سطوح راهبردی، عملیاتی و تاکتیکی، در پی تأثیرگذاری شناختی و احساسی بر افکار عمومی ایران بوده است. این تاکتیک‌ها عمدتاً بر تحریک هیجانی، القای ناکارآمدی، انسانیت‌زدایی از نیروهای حاکمیتی و تشدید دوقطبی‌های اجتماعی متمرکز بوده‌اند

نتایج پژوهش بر ضرورت تقویت محیط‌شناسی رسانه‌ای، ارتقای توان تحلیل رسانه‌های معارض و اتخاذ سیاست‌های فعال رسانه‌ای در مواجهه با جنگ شناختی تأکید دارد

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخچه مقاله:

تاریخ دریافت:

۱۴۰۴/۰۹/۰۳

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۴/۰۹/۲۵

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۴/۰۹/۲۸

تاریخ انتشار:

۱۴۰۴/۰۹/۲۹

کلیدواژه‌ها:

عملیات روانی، جنگ شناختی، اینستاگرام، شبکه منوتو، افکار عمومی

---

DOI: [https://www.jcwst.ir/article\\_236559.html](https://www.jcwst.ir/article_236559.html)



ناشر: دانشگاه فرماندهی و ستاد ارتش جمهوری اسلامی ایران

---

## مقدمه

رخداد فوت خانم مهسا امینی در ۲۲ شهریور ۱۴۰۱، به‌عنوان یک واقعه اجتماعی، به سرعت از سطح یک حادثه فردی فراتر رفت و به مسئله‌ای فراگیر در سپهر عمومی و رسانه‌ای ایران تبدیل شد. بازنمایی گسترده این رخداد در رسانه‌های داخلی و خارجی و همچنین بازنشر مستمر آن در شبکه‌های اجتماعی، موجب شکل‌گیری موجی از اعتراضات اجتماعی در برخی شهرهای کشور شد. این اعتراضات در ادامه، تحت تأثیر کنشگری فعال رسانه‌های برون‌مرزی و شبکه‌های اجتماعی، ماهیتی سیاسی-امنیتی به خود گرفت و به چالشی جدی برای حاکمیت جمهوری اسلامی ایران بدل شد.

در چنین شرایطی، رسانه‌ها نقشی فراتر از اطلاع‌رسانی صرف ایفا می‌کنند و به بازیگران فعال در شکل‌دهی، هدایت و تشدید افکار عمومی تبدیل می‌شوند. شبکه‌های اجتماعی به واسطه ویژگی‌هایی نظیر سرعت بالا، دسترسی گسترده، تعامل‌پذیری و امکان تولید روایت‌های جایگزین، بستری مناسب برای اجرای عملیات روانی و جنگ شناختی فراهم کرده‌اند. در این میان، اینستاگرام به‌عنوان یکی از پرمخاطب‌ترین شبکه‌های اجتماعی در ایران، جایگاه ویژه‌ای در اثرگذاری بر نگرش‌ها، هیجانات و رفتار کاربران دارد.

شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای منوتو و به‌طور خاص صفحه رسمی آن در اینستاگرام، در جریان ناآرامی‌های پاییز ۱۴۰۱ نقش فعالی در تولید و بازنشر محتوا ایفا کرد. محتوای منتشر شده در این صفحه، صرفاً انعکاس‌دهنده رویدادها نبود، بلکه در بسیاری موارد واجد بار معنایی، ارزشی و جهت‌دار بود و در چارچوب اهداف مشخص رسانه‌ای قابل تحلیل است. مسئله اصلی این پژوهش، شناسایی و تحلیل تاکتیک‌های عملیات روانی به‌کاررفته توسط صفحه اینستاگرام منوتو علیه حاکمیت ایران در بازه زمانی پاییز ۱۴۰۱ است.

هدف پژوهش حاضر، بررسی علل اجتماعی یا سیاسی اعتراضات نیست، بلکه تمرکز آن بر تحلیل تخصصی شیوه‌های اثرگذاری شناختی و احساسی این رسانه بر افکار عمومی است. سؤال اصلی پژوهش آن است که صفحه اینستاگرام منوتو از چه تاکتیک‌هایی در چارچوب عملیات روانی برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی ایران استفاده کرده و این تاکتیک‌ها چگونه در محتواهای منتشرشده بازنمایی شده‌اند.

## مرور پیشینه و مبانی نظری

### مرور پیشینه

مرور پیشینه پژوهش بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که طی سال‌های اخیر، مطالعات متعددی به نقش رسانه‌های خارجی و شبکه‌های اجتماعی در تحولات اجتماعی و سیاسی ایران پرداخته‌اند. بخشی از این پژوهش‌ها بر الگوهای مصرف رسانه‌ای مخاطبان ایرانی متمرکز بوده و نشان داده‌اند که در شرایط بحران و بی‌ثباتی اجتماعی، اعتماد به رسانه‌های داخلی کاهش یافته و گرایش به رسانه‌های برون‌مرزی افزایش می‌یابد. این امر زمینه را برای اثرگذاری بیشتر این رسانه‌ها بر نگرش و رفتار مخاطبان فراهم می‌سازد.

برخی مطالعات دیگر، نقش شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام را در بازتولید هویت‌های اجتماعی، تشدید دوقطبی‌ها و شکل‌دهی به کنش‌های جمعی برجسته کرده‌اند. این پژوهش‌ها نشان می‌دهد که اینستاگرام به دلیل ماهیت تصویری و احساسی خود، ظرفیت بالایی در برانگیختن هیجانات و تحریک واکنش‌های سریع کاربران دارد. با این حال، بخش قابل توجهی از پژوهش‌های موجود، به تحلیل کلی نقش شبکه‌های اجتماعی بسنده کرده و کمتر به بررسی دقیق تاکتیک‌های عملیات روانی یک رسانه مشخص در یک بازه زمانی محدود پرداخته‌اند.

در حوزه جنگ شناختی و عملیات روانی نیز، مطالعاتی درباره مفاهیم، اهداف و ابزارهای این نوع جنگ انجام شده است، اما پژوهش‌های تجربی مبتنی بر تحلیل محتوای رسانه‌های اجتماعی فارسی‌زبان همچنان محدود است. از این‌رو، پژوهش حاضر با تمرکز بر صفحه اینستاگرام منوتو در پاییز ۱۴۰۱، در صدد پر کردن بخشی از این خلأ پژوهشی است

### مبانی نظری

چارچوب نظری این پژوهش بر مفاهیم عملیات روانی، جنگ شناختی و محیط‌شناسی رسانه استوار است. عملیات روانی به مجموعه اقداماتی اطلاق می‌شود که با هدف تأثیرگذاری بر نگرش‌ها، باورها، احساسات و رفتار مخاطبان هدف طراحی و اجرا می‌شود. در این چارچوب، رسانه‌ها به‌عنوان ابزارهای اصلی انتقال پیام، نقش محوری در تحقق اهداف عملیات روانی ایفا می‌کنند.

در تفکیک مفهومی، استراتژی ناظر بر اهداف کلان و بلندمدت عملیات روانی است. در حالی که تاکتیک‌ها به اقدامات میان‌مدت و هدفمند برای تحقق این اهداف اشاره دارند و تکنیک‌ها به‌عنوان روش‌های اجرایی و خرد، نحوه عملیاتی‌سازی تاکتیک‌ها را مشخص می‌کنند. جنگ شناختی نیز به‌عنوان سطحی پیشرفته از عملیات روانی، بر تأثیرگذاری بر فرآیندهای ادراکی، تفسیری و تصمیم‌گیری مخاطبان تمرکز دارد.

مفهوم محیط‌شناسی رسانه، به‌عنوان یکی از ارکان تحلیلی این پژوهش، بر درک پویایی‌های دوطرفه میان رسانه و محیط اجتماعی تأکید دارد. از این منظر، رسانه‌ها نه‌تنها متأثر از شرایط اجتماعی و سیاسی هستند، بلکه خود نیز در شکل‌دهی و تغییر این شرایط نقش فعال دارند. تحلیل محتوای صفحه اینستاگرام منوتو در این چارچوب، امکان فهم عمیق‌تری از منطق کنش رسانه‌ای این شبکه فراهم می‌سازد.

### روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی-تحلیلی است. روش تحقیق مبتنی بر تحلیل محتوای کیفی با رویکرد خبرگانی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه محتواهای منتشرشده در صفحه اینستاگرام منوتو پیرامون ناآرامی‌های اجتماعی ایران در بازه زمانی پاییز ۱۴۰۱ است.

با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند، ۱۰ محتوای شاخص بر اساس معیارهایی نظیر میزان بازدید، تعداد لایک، کامنت و بازنشر، و همچنین میزان بازتاب رسانه‌ای انتخاب شد. این محتواها در اختیار ۲۰ نفر از کارشناسان و خبرنگاران حوزه رسانه، افکار عمومی، قدرت نرم و عملیات روانی قرار گرفت. برای جمع‌آوری داده‌ها، از یک فرم تحلیلی ساخت‌یافته (منشور محتوا) استفاده شد که شاخص‌هایی نظیر نوع تاکتیک روانی، مخاطب هدف، سطح اثرگذاری و پیامدهای شناختی و احساسی را دربر می‌گرفت.

داده‌های حاصل پس از جمع‌آوری، کدگذاری و تجمیع شد و سپس با استفاده از روش تحلیل توصیفی مورد بررسی قرار گرفت. روایی ابزار با بهره‌گیری از نظر خبرگان و پایایی آن از طریق همسویی ارزیابی‌ها تأیید شد.

### تجزیه و تحلیل یافته‌ها

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که محتوای صفحه اینستاگرام منوتو بر اساس یک منطق منسجم عملیات روانی طراحی و منتشر شده است. این محتواها در سه سطح راهبردی، عملیاتی و تاکتیکی قابل تحلیل هستند. در سطح راهبردی، هدف کلی، تضعیف مشروعیت حاکمیت و ایجاد بی‌اعتمادی عمومی بوده است. در سطح عملیاتی، تمرکز بر برجسته‌سازی نارضایتی‌های اجتماعی و القای ناآرامی ساختارهای رسمی مشاهده می‌شود.

در سطح تاکتیکی، از مجموعه‌ای از روش‌ها نظیر تحریک هیجانی، القای ترس و خشم، انسانیت‌زدایی از نیروهای حاکمیتی، تشجیع به تداوم اعتراضات و ایجاد دوقطبی‌های اجتماعی استفاده شده است. مخاطبان هدف این محتواها شامل توده مردم، اқشار تحصیل‌کرده، نخبگان فکری و حتی نیروهای مسلح بوده‌اند. تحلیل واکنش کاربران نشان می‌دهد که این تاکتیک‌ها در بسیاری موارد منجر به افزایش تعامل و بازنشر محتوا شده است.

### بحث و نتیجه‌گیری:

تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد که صفحه اینستاگرام منوتو در پاییز ۱۴۰۱ با بهره‌گیری آگاهانه و هدفمند از تاکتیک‌های عملیات روانی، تلاش کرده است بر سطوح مختلف ادراک، احساس و قضاوت افکار عمومی ایران تأثیر بگذارد. این تأثیرگذاری صرفاً محدود به واکنش‌های کوتاه‌مدت نبوده، بلکه می‌تواند پیامدهای شناختی بلندمدت نظیر تغییر نگرش، تضعیف سرمایه اجتماعی و افزایش شکاف دولت-ملت را به همراه داشته باشد. نتایج پژوهش بر ضرورت تقویت محیط‌شناسی رسانه‌ای و ارتقای توان تحلیل و پیش‌بینی روندهای افکار عمومی در نهادهای مسئول تأکید دارد. عدم شناخت دقیق منطق کنش رسانه‌های معارض و غفلت از تاکتیک‌های عملیات روانی، می‌تواند منجر به غافلگیری شناختی و تضعیف توان پاسخ‌گویی رسانه‌ای شود.

توصیه‌های کلیدی برای سیاست‌گذاران دفاعی

- ۱- تقویت نظام محیط‌شناسی رسانه‌ای به‌منظور رصد مستمر کنش رسانه‌های معارض در شبکه‌های اجتماعی و شناسایی به‌موقع تاکتیک‌های عملیات روانی
- ۲- ارتقای سواد رسانه‌ای تخصصی در سطوح مدیریتی و عملیاتی نهادهای مسئول برای افزایش توان تحلیل و پیش‌بینی پیامدهای شناختی محتواهای رسانه‌ای
- ۳- طراحی و اجرای راهبردهای فعال رسانه‌ای مبتنی بر تولید روایت‌های جایگزین و اقناعی در مواجهه با عملیات روانی دشمن
- ۴- استفاده هدفمند از ظرفیت نخبگان رسانه‌ای و دانشگاهی در تحلیل و پاسخ‌گویی به جنگ شناختی در بستر شبکه‌های اجتماعی

### تشکر و قدردانی

این پژوهش با حمایت مستقیم نهادی انجام نشده است.

### تضاد منافع:

بدین وسیله نویسندگان تصریح می‌نمایند که هیچ‌گونه تضاد منافی در خصوص پژوهش حاضر وجود ندارد.

### منابع

- ابراهیمی، خدایار. (۱۳۹۹). ابعاد جنگ شناختی نظام سلطه علیه ایران با تأکید بر تاکتیک دوگانه‌سازی. فصلنامه مطالعات عملیات روانی، ۵۱، دانشگاه جامع امام حسین (ع). ([Url:](#))
- (<http://noo.rs/uCVWd>)
- سواده‌رودی، مصطفی؛ همکاران. (۱۳۹۷). سواد رسانه‌ای و مدیریت بحران. تهران، ایران: انتشارات پشتیبان. ([Url](#))

شیروانی، محمد. (۱۴۰۰). عملیات روانی در شبکه‌های اجتماعی. اصفهان، ایران: نشر آرما. ([Url: https://www.iranketab.ir/book/70145-psychological-operations-in-social-networks](https://www.iranketab.ir/book/70145-psychological-operations-in-social-networks))

مستشاری، محمدحسین؛ فولادینیا، علی. (۱۳۹۷). مانیتورینگ شبکه‌های اجتماعی. شاهرود، ایران: آوای چلچله. ([Url: https://ketab.ir/Book/638AFBB1-D3B7-4638-86ED-74DD5EA4EF1A](https://ketab.ir/Book/638AFBB1-D3B7-4638-86ED-74DD5EA4EF1A))

یوسفی، علیرضا. (۱۳۹۹). جایگاه کارگزار در عملیات روانی و نظریه شوک. مجله تخصصی عملیات روانی و جنگ نرم نگاه. تهران، ایران: مؤسسه مطالعات راهبردی و دیپلماسی دفاعی. (No DOI available)

#### English References

Ebrahimi, Kh. (2020). Dimensions of cognitive warfare of the domination system against Iran with emphasis on dualization tactics. *Journal of Psychological Operations Studies*, 51. [in Persian]

Mosteshari, M. H., & Fooladina, A. (2018). *Monitoring of social networks*. Shahrud, Iran: Avaye Chelcheleh. [in Persian]

Savah-Doroudi, M., et al. (2018). *Media literacy and crisis management*. Tehran, Iran: Poshtiban Publications. [in Persian]

Shirvani, M. (2021). *Psychological operations in social networks*. Isfahan, Iran: Arma Publications. [in Persian]

Yousefi, A. (2020). The role of agents in psychological operations and shock theory. *Negah Journal of Psychological Operations and Soft War*. Tehran, Iran. [in Persian]

Melissen, J. (2005). *The new public diplomacy: Soft power in international relations*. London, UK: Palgrave Macmillan. (<https://doi.org/10.1057/9780230554931>)

Groome, D. (2016). *An introduction to applied cognitive psychology*. New York, USA: Routledge. (<https://www.routledge.com/An-Introduction-to-Applied-Cognitive-Psychology/Groome-Eysenck/p/book/9781032500638>)